



**PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA DISKON DAN PAKET BONUS
TERHADAP *IMPULSE BUYING* (STUDI KASUS PADA RAMAYANA
FASHION STORE KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh:

LILIK NURUL HIDAYAH
NIM : 2011-11-110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2015**

**PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA DISKON DAN PAKET BONUS
TERHADAP *IMPULSE BUYING* (STUDI KASUS PADA RAMAYANA
FASHION STORE KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

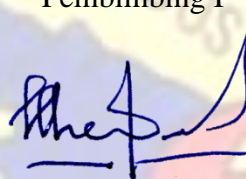
Kudus, September 2015

Mengetahui
Ketua Program Studi



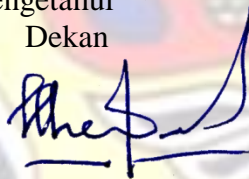
Noor Azis, SE, MM
NIDN. 0609107501

Pembimbing I



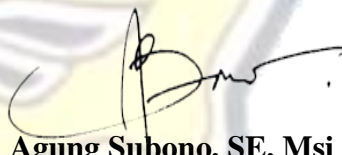
Dr. H. M. Edris, Drs. MM
NIDN. 0618066201

Mengetahui
Dekan



Dr. H. M. Edris, Drs. MM
NIS. 0618066201

Pembimbing II



Agung Subono, SE, Msi
NIDN. 0520017602



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. “ *wa man jaahada fa-innamaa yujaahidu linafsihi.* ”
“ Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.” (QS Al-Ankabut [29]: 6).
2. “ *Wattaqullaah wa yu'allimukumullaah, wallaahu bikulli syai-in 'aliim.* ”
“ Bertakwalah pada Allah maka Allah akan mengajarimu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS Al-Baqarah 282).
3. “Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Al-Baqarah: 153).

PERSEMBAHAN :

1. Orang Tuaku Tercinta
”Ya Allah ampunilah dosa-dosa kedua orang tuaku dan sayangilah mereka sebagaimana mereka menyayangiku di waktu aku kecil”
2. Kakakku Tersayang
3. Kekasihku dan Sahabatku
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA DISKON DAN PAKET BONUS TERHADAP *IMPULSE BUYING* (STUDI KASUS PADA RAMAYANA FASHION STORE KUDUS)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. M. Edris, Drs, MM selaku Dekan dan Dosen Pembimbing I Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, yang telah membimbing saya dan memberi izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi..
2. Agung Subono, SE, Msi, selaku Dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, petunjuk dan motivasi pada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Noor Azis, SE, MM selaku ketua program studi Ekonomi Manajemen Universitas Muria Kudus, yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian skripsi.
4. Staf Dosen Ekonomi progdi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.

5. Ayahanda Wardani dan Ibunda Siti Aminah yang sangat banyak memberikan dukungan dan jasa-jasanya, kesabaran, do'a dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis semenjak kecil.
6. Kakakku tersayang, Andi Alfian Rizki yang banyak memberikan semangat dan dukungan yang tak pernah habis kepada penulis.
7. Sahabat-sahabatku Kiki, Cholid, Zhona, Ifah, Henum, Ika, Afik dan kekasihku yang selalu menemani dari awal kuliah hingga lulus sarjana.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan sumber dari beberapa buku dan sumber lain sebagai acuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, baik dari segi sistematika maupun isi masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan dan akan menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga dengan tersusunnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kudus, September 2015

Penulis

Lilik Nurul Hidayah

**PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA DISKON DAN PAKET BONUS
TERHADAP *IMPULSE BUYING* (STUDI KASUS PADA RAMAYANA
FASHION STORE KUDUS).**

LILIK NURUL HIDAYAH

NIM 201-11-110

Pembimbing : 1. **Dr. H. M. Edris, Drs. MM**

2. **Agung Subono, SE, Msi**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

STATUS TERAKREDITASI B

STRATA 1 2015

ABSTRAKSI

Dewasa ini bisnis ritel di Indonesia sedang mengalami kemajuan yang sangat pesat. Fenomena bisnis ritel ini sering kali di lihat sebagai cermin perekonomian suatu Negara, apalagi dengan *income* per kapita yang terus mengalami pertumbuhan. Kebutuhan yang terus menerus meningkat menyebabkan tingkat belanja konsumen ikut meningkat.

Tujuan penelitian ini adalah: untuk menguji pengaruh antara suasana toko, harga diskon dan paket bonus terhadap *impulse buying* studi kasus pada Ramayana *fashion store* Kudus baik secara parsial maupun berganda.

Variabel dalam penelitian yang menjadi variabel independen adalah variabel suasana toko (X1), harga diskon (X2), dan paket bonus (X3). Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah *impulse buying* (Y).

Populasi dalam penelitian ini konsumen Ramayana *fashion store* Kudus, dengan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan dokumentasi. Pengolahan data meliputi: *scoring*, *editing*, dan *tabulating*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif/kuantitatif dan analisis statistik meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi dengan uji t (regresi parsial), uji F (regresi berganda), serta nilai *adjusted r square*.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: (1) Ada pengaruh yang signifikan antara suasana toko terhadap *impulse buying* Ramayana *fashion store* Kudus sebesar $(2,358 > 1,660)$. (2) Ada pengaruh yang signifikan antara harga diskon terhadap *impulse buying* Ramayana *fashion store* Kudus sebesar $(3,364 > 1,660)$. (3) Ada pengaruh yang signifikan antara paket bonus terhadap *impulse buying* konsumen Ramayana *fashion store* Kudus sebesar $(3,238 > 1,660)$. (4) Ada pengaruh antara suasana toko, harga diskon, dan paket bonus, secara signifikan terhadap *impulse buying* konsumen Ramayana *fashion store* Kudus sebesar $(12,530 > 2,68)$. (5) Variabel yang paling dominan atau yang mempunyai pengaruh paling besar adalah harga diskon sebesar 0,297. Kemudian variabel paket bonus memiliki pengaruh terbesar dan positif setelah variabel harga diskon yaitu sebesar 0,287. Kemudian variabel suasana toko sebesar 0,210.

Kata Kunci: Suasana Toko, Harga Diskon, Paket Bonus, Impulse Buying.

**INFLUNCE OF STORE ATMOSPHERE, PRICE DISCOUNT AND BONUS
PACKS FOR IMPULSE BUYING (STUDY KASUS OF RAMAYANA
FASHION STORE KUDUS)
LILIK NURUL HIDAYAH
NIM 201-11-110
Pembimbing : 1. Dr. H. M. Edris, Drs. MM
2. Agung Subono, SE, Msi
MURIA KUDUS UNIVERSITY
ECONOMY FACULTY, MANAGEMENT DEPARTEMENT
ACCREDITED B
STRATA 1 2015**

ABSTRACT

These day business of ritel in Indonesia experiecing of very fast progress. Business phenomenon of ritel this frequently seeing as economics mirror of state, more than anything else with income capitally which continue to experience ot growth. Continuous requirement mount to cause consumer expence storey level follow to mount.

Target of this research is : to test influence between store atmosphere, price discount and packs bonus to case study impulse buying at Ramayana fashion store Kudus either through parsial and also doubled.

Variable in research becoming independent variable is store atmosphere variable (X1), price discount (X2) and packs bonus (X3). While becoming variable dependent is impulse buying (Y).

Population in this research of consumer of Ramayana fashion store Kudus, with method of accidental sampling. Technique data collecting with documentation and quesioner. Data-processing cover : coding, tabulating, editing and scoring. Data analysis use descriptive analysis/quantitative and statistical analysis cover : validity test, reliability test, regresion analysis with test of t (parsial regresion), test of F (doubled regresion) and also assess square R adjusted.

Result of research shall be as follows : (1) There is influence which significant between store atmosphere to consumer impulse buying of Ramayana Kudus fashion store equal to $(2,358 > 1,660)$. (2) There is influnce which significant between price discount to consumer impulse buying of Ramayana Kudus fashion store equal $(3,364 > 1,660)$. (3) There is influnce which significant between packs bonus to consumer impulse buying of Ramayana Kudus fashion store equal to $(3,328 > 1,660)$. (4) There is influence between store atmosphere, price discount and paks bonus by significant to consumer impulse buying of Ramayana Kudus fashion store equal to $(12,530 > 2,68)$. (5) Most dominant variable or having biggest influnce is price discount equal to 0,297. And then packs bonus variable have and biggest influnce after price discount that is equal to 0,287. And then store atmosphere variable equal to 0,210.

Keywords: Atmosphere Stores, Price Discounts, Bonus Package, Impulse Buying.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	Ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	Iii
KATA PENGANTAR.....	Iv
ABSTRAKSI.....	Vi
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	Xv
DAFTAR GAMBAR.....	Xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Sales Promotion.....	6
2.1.1. Pengertian Sales Promotion.....	6
2.1.2. Jenis-Jenis Sales Promotion.....	7
2.1.3. Alat Pomosi Penjualan.....	10

2.2.	Suasana Toko.....	11
2.2.1.	Sikap dan Perilaku Konsumen.....	11
2.2.2.	Pengertian Suasana Toko.....	12
2.2.3.	Shopping Emotion.....	13
2.2.4.	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	14
2.3.	Harga Diskon.....	15
2.3.3.	Pengrtian Harga Diskon.....	15
2.3.2.	Strategi Penetapan Harga Produk Baru.....	17
2.3.3.	Strategi Penetapan Harga Bauran Produk.....	18
2.3.4.	Strategi Penyesuaian Harga.....	19
2.4.	2.4.Paket Bonus.....	24
2.4.1.	Pengertian Paket Bonus.....	24
2.4.2.	Peran Positif Paket Bonus.....	25
2.4.3.	Kekurangan Paket Bonus.....	26
2.5.	Impulse Buying.....	26
2.5.1.	Pengertian Impulse Buying.....	26
2.5.2.	Konsep Impulse Buying.....	27
2.5.3.	Keterkaitan Promosi Penjualan dengan Impulse Buying.....	29
2.6.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.7.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32

2.8.	Hipotesis.....	35
------	----------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Rancangan Penelitian.....	36
3.2.	Variabel Penelitian.....	36
3.2.1.	Macam Variabel.....	36
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3.1.	Jenis Data.....	38
3.3.2.	Sumber Data.....	38
3.4.	Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1.	Populasi.....	38
3.4.2.	Sampel dan Teknik Sampling.....	39
3.5.	Pengumpulan Data.....	40
3.6.	Pengolahan Data.....	41
3.6.1.	Coding.....	41
3.6.2.	Tabulating.....	42
3.6.3.	Editing.....	42
3.6.4.	Scoring.....	42
3.7.	Uji Instrumen Data.....	42
3.7.1.	Uji Validitas.....	42
3.7.2.	Uji Reliabilitas.....	43
3.8.	Metode Analisis Data.....	44
3.8.1.	Analisis Deskriptif.....	44

3.8.2. Analisis Kuantitatif.....	44
3.8.3. Uji Regresi Parsial.....	44
3.8.4. Uji Regresi Berganda (Uji Anova).....	45
3.8.5. Uji f (Simultan).....	45
3.8.6. Nilai Adjusted R Square.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	47
4.1.2. Visi dan Misi.....	51
4.1.3. Struktur Perusahaan.....	52
4.2 Penyajian Data.....	52
4.2.1. Uji Instrumen.....	52
4.2.2. Identitas Responden.....	56
4.2.3. Deskriptif Variabel.....	59
4.3 Analisis Data.....	65
4.3.1. Uji Parsial.....	66
4.3.2. Uji Berganda.....	69
4.3.3. <i>Adjusted R Square</i>	70
4.4 Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78

Daftar Pustaka

79

Lampiran-lampiran

-



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Suasana Toko (X ₁).....	53
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Harga Diskon (X ₂).....	54
Tabel 4.3 : Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Paket Bonus (X ₃).....	54
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	55
Tabel 4.5 : Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.6 : Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.7 : Usia Responden.....	58
Tabel 4.8 : Tingkat Pendidikan Responden.....	59
Tabel 4.9 : Frekuensi Variabel Suasana Toko.....	60
Tabel 4.10 : Frekuensi Variabel Harga Diskon.....	61
Tabel 4.11 : Frekuensi Variabel Paket Bonus.....	63
Tabel 4.12 : Frekuensi Variabel <i>Impulse Buying</i>	64
Tabel 4.13 : <i>Coefficients</i>	66
Tabel 4.14 : ANOVA ^b	69
Tabel 4.15 : Model Summary.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pikir Teoritis.....	34
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi.....	52
Gambar 4.2 : Keterkaitan Suasana Toko, Harga Diskon, dan Paket Bonus Dengan <i>Impulse Buying</i>	76

